

채란양계업의 불황을 극복하려면



이 유 방
(미국 캘리포니아대학 교수
전 KIST 축산물가공 연구실장)

본고는 작년 초까지 한국과학기술연구소(KIST) 축산물 가공연구실장으로 재직하다 미국 캘리포니아대학의 교수로 초빙되어 81년 3월 16일 출국한 바 있는 이유방 박사가 본지 독자들을 위시한 국내 양계인들을 위해 특별기고한 것으로 장기간 어려움에 처해있는 국내 양계업계 안정화방안을 제시하였다. 멀리 미국에서 정성스럽게 보내주신 필자에게 감사드린다.....(편집자 주)

본인이 한국에 있었던 동안 계산물의 가공, 이용에 관련하여 직접, 간접적으로 양계산업 안정화 방안의 연구에 참여한 일이 있었기에 계속 관심을 가지고 있던 중, 양계 협회에서 고맙게 송부해 준 월간양계를 통하여 한국의 채란업이 3년의 불황속에서 계속 어려움을 겪어왔고 그런 중에서도 몇가지 새로운 움직임이 있음은 다행이라 하겠다. 즉 전국 계우회 연합회 회원들이 양계협회를 중심으로 활로를 찾기 위한 새로운 단합운동을 개시하였고 계란 가공장이 곧 신설되며 Check-off system이 활발히 논의되는 등은 매우 고무적이라 생각된다. 이미 양계안정화 방안에서 제시되었기에 반복되는 감이 있으나, 역시 가장 기본적인 문제를 다시 생각하고 이를 추구하는 길만이 불황을 극복하는 길이라 생각되어 몇가지 다시 고찰해 보고자 한다.

1. 수급조절과 가격

수급조절 문제는 우리나라 뿐 아니라 많은 나라에서도 가장 중요한 문제로 대두되고 있는 것이 사실이다. 철저하게 쿼타제를 통하여 생산조절을 성공적으로 실시하고 있는 캐나다를 제외하고는, 자유시장경제체제 하의 많은 나라에서는 수급불균형으로 인한 가격등락이 2~3년 또는 3~4년에 한번씩 주기적으로 오고 있다.

미국 전체를 볼 때, 1950년 이후 년중 계란 생산량은 620억 개에서 700억 개 사이로서 평균생산량에서 불과 ±6%의 비교적 안정된 생산을 하고 있다. 그림 1에 나타난 바와 같이, 이렇게 생산량의 변화가 비교적 적고 안정되어 있음에도 불구하고 생산자 수취가격은 ±10~20%의 커다란 변동을 보이고 있다.



평균적으로 볼 때, 연 1%의 생산량 변화는 난가에 있어 5.5%의 변동을 가져오고 있으며 난가와 생산량간에는 -0.66의 상관계수를 나타내고 있다. 이는 생산 및 공급량에 따라 계란가격이 민감하게 그리고, 크게 변한다는 사실을 잘 보여 주고 있다.

우리나라에 있어 1%의 생산량 변화가 얼마만한 난가변동을 가져오는지 계산된 바가 있는지 알 수 없으나 대동소이한 추세가 아닐까 생각된다.

위의 가정하에서 우리나라 채란계수를 2천 5백만 수라하고 전체 수수의 0.4%에 불과한 10만 수를 줄인다면, 가격은 약 2.2%가 상승될 것이며 아래의 계산에 의해 채란업계 전체의 수익은 약 30억원 증가할 것이다.

전년도 대비 증감율, %

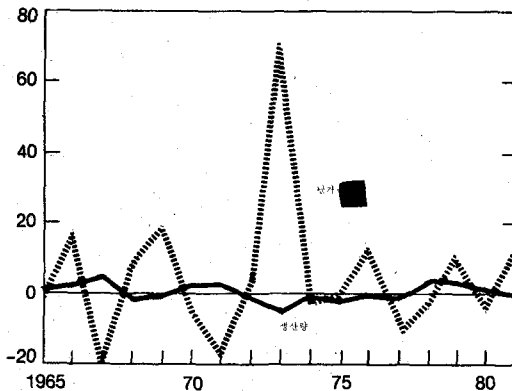


그림 1. 생산량과 농가수취가격의 변화
(미 농무성)

$2,500\text{만수} \times 200\text{개/수} \times 35\text{원/개} = 1,750\text{억원}$
 $2,490\text{만수} \times 200\text{개/수} \times 35.77\text{원/개} = 1,780\text{억원}$
 수익차 : 30억원

비슷한 계산으로서 채란계수를 현재 수수에서 100만수 줄인다면 업계 전체의 수익은 약 300억원 증가하게 된다.

물론 계란가격은 생산량외에도 여러가지 요인, 즉 소비자의 소득, 다른 축산물의 상대가격, 지역적 특성, 소비촉진 등에 의해서도 영향을 받는 것이 사실이지만 가장 큰 요인은 역시 생산량임은 부인할 수 없는 사실이다. 캐나다의 경우 철저한 공급량 조절로 계란가격을 미국에 비해 약 40%높이 유지하고 있음은 앞에서 이미 지적한 사실을 잘 실증하고 있다고 하겠다.

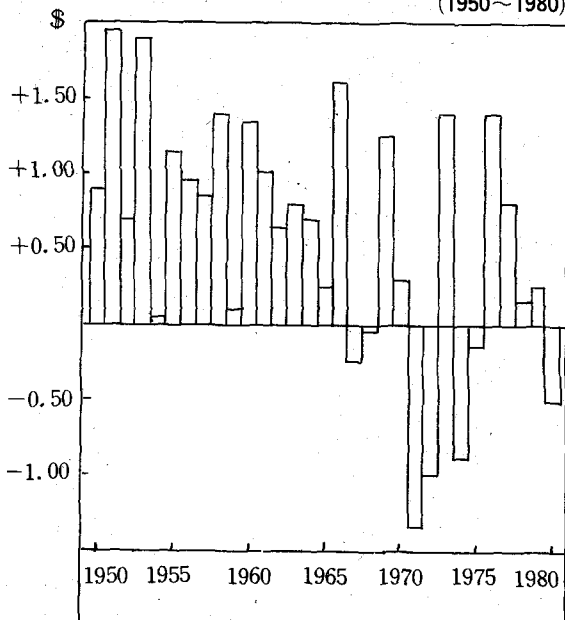
미국내에서 채란계수 3,500만 수로서 계란 생산이 1위인 캘리포니아주의 경우를 예로 들어, 생산량과 생산자의 소득간의 관계에 대해 좀 더 살펴 보고자 한다. 그림2에서 보는 바와 같이 생산이 수요보다 부족하여 채란계수가 계속 증가하던 1950~1964년 간에는 1수당 약 95센트의 경영수익을 가져왔으나 그 후 생산량이 수요를 초과하기 시작한 1965년 이후부터 1980년까지는 경영수익이 평균 1수당 21센트로 크게 떨어졌고 생산비 이하의 적자를 기록한 해가 7년이나 있었음을 볼 수 있다. 이와 같은 과잉공급량을 제거하기 위하여 1980년에는 캘리포니아주에서만 18억개의 계란을 중동, 일본등지에 수출하였고, 이와 같은 전략적인 수출은 공급량을 어느정도 조절하는 기능을 하며 600만불의 소득 증진의 역할을 하였다. 그러나 중동을 위시한 수입국들이 점차 자체의 생산기반을 조성하여 가고 있으므로 외국시장에 의존하는 것은 매우 위험스러우며 자체의 생산조절을 통한 수요, 공급의 균형화로 생산비 이상의 적절한 가격마진을 유지하는 것이 가장 우선적인 경제적인 요인으로 재삼 강조되고 있다. 난가공장이 이미 충분히 설립되어 있고 수출능력을 가지고 있는 나라에 있어서도 수급의 조절이 절실히 요청되어 있음에 비추어 볼 때,

우리나라에도 난가공장이 설치되는 경우 계절적이고 단기적인 수급조절이나 가공용 계란의 공급을 위해서는 매우 필요한 사업이나 장기적인 공급조절에는 큰 역할을 하지 못하고 결국 생산자들의 생산조절이 관건이 된다는 점을 다시 상기하고 양계협회를 중심으로 계우회와 협동조합이 공동적으로 노력해야 할 것을 강조하고 또 강조하고자 한다.

2. 판매체계

양계산업 안정화 방안에서 누차 지적된 바와 같이 어려운 시기일수록 생산자 자신들의 소득을 최대화하기 위해선 생산-소비 직결시키는 판매 유통방안을 공동적으로 다시 한번 생각해 보아야 하겠다. 캘리포니아의 경우, 큰 농장은 자신들의 시설을 통하여 선별, 처리, 포장하여 수퍼마켓이나 또는 대량소비자에게 공급하고, 소규모의 농장들은 공동적으로 협동체제를 통하거나 비교적 큰 농장에 위탁하여 선별, 포장하여 직접 소비처에 공급하므로써 중간상신을 거의 완전히 배제하고 있다.

그림 2. 캘리포니아 채란계수당 경영수익 (1950~1980)



먼저 양축가는 내부품질에 앞서 외부의 품질 즉 난각의 청결도, 파열없는 계란 등을 공급하는 것에 관심을 두어야 한다

우리나라의 경우 아직 수퍼마켓체인이나 유통체제가 정비되어 있지 않고 소규모 상점들이 산재해 있어 어려움이 많으나, 양계협동조합, 계우회등을 통하여 공동적으로 소비처에 직접 공급하는 판매체제를 확립하는 방향으로 발전되어 나가야 하겠다. 협동조합을 형성하여 조합직원으로서 하여금 정기적으로 조합원 농장의 계란을 수집하여 이를 조합시설인 계란자동선별기로 선별하고 깨끗한 알판이나, 카트에 포장하여 소비처에 정기적으로 공급하므로써, 생산자는 생산효율의 향상에만 전념하면서 조합의 운영방향에 대한 의사결정에 참여하되 판매는 전문적인 조합 판매요원에게 위임하므로써 전체적인 효율향상을 기할 수 있는 것이다. 또한 계란의 소비촉진을 염두에 둔다고 할 때 계란의 품질, 내부품질은 그만 두고라도 우선 외적인 품질, 특히 난각의 청결도와 건전성에 관심을 두고 보다 깨끗하고 파열이 없는 계란, 그래서 상품가치가 보다 높은 계란을 공급하는 진일보적인 방향으로 나가야 하겠고 협동조합은 이를 위해 매우 좋은 기구가 될 것으로 판단된다. 또 계란 소비촉진을 위한 각종 인쇄물을 판매체제를 통하여 배포하므로써 내가 생산한 계란을 훌륭하게 상품화하여 소비자에게 소비촉진하고 아울러 중간이익을 내 조합의 공동사업이나 내 이윤으로 할당받을 수 있는 판매체제의 구성에 다 같이 참여하는 것이 불황을 이기는 방안의 하나가 아닐까 생각된다. 생산자의 입장에서 볼때 그까짓 계란 깨끗하건 좀 오염이 됐건 먹는데 무슨 차이가 있느냐? 또는 깨끗이 할려면 돈이 드는데 그렇지 않아



도 불황인데 무슨 잡꼬대인가라고 생각하는 분은 없는지 모르겠다. 상점에서 상품을 고를때 흠이 있거나 더러운 상품은 50% 할인을 하지 않는 한 아무도 가져가지 않을 것이다. 제란도 하나의 상품일진대 이와 마찬가지로이며 불결한 제란 1개에 우리나라 인구에 맞먹는 세균이 붙어 있다면 두번 생각하지 않겠는가?

3. 경영의 합리화

요사이 미국의 경기가 좋지 않은데다가 일부 농산물의 과잉생산으로 가격이 생산비 이하로 떨어져 농민의 고충이 크고 이농도 많이 늘어난 형편이다. 이런 경우일수록 강조되는 것이 농가경영의 합리화, 즉 다른 제조산업에서와 마찬가지로 하나의 전문적인 비즈니스로서 경영을 해야 한다는 점이다. 특히 염두에 두어야 할 것은 정확하고 세심하게 자금의 흐름(cash flow)를 파악하고 미리미리 계획하는 일이다. 특히 경영수익이 매년 보장되지 못하는 불안정한 상태에서, 종전과 같이 타성적으로 외상사료에만 의존한다거나 인플레이에 의한 지가상승에 의존하여 양계경영을 하는 일은 하루 빨리 탈피하여야 하겠다.

또한 새로운 기술이 자꾸 개발되고 신문, 라디오, TV, 책자등의 매개체를 통하여 지식과 정보의 보급이 빨라짐에 따라 모든 생산자들이 새로운 아이디어를 습득, 생산에 적용하므로 장차에는 생산자간에 수익차이가 별로 없을 것이라고 주장하는 사람이 있을지모른다. 그러나 사실상에 있어서 생산자들이 새

로운 아이디어를 적용하여 생산방식을 변화시키는때는 매우 조심스럽거나 주저하는 경향이 있으므로 생산자간의 현저한 수익차이는 과거에도 있었고 장차에도 계속되리라 본다. 미국의 어느 지역보다도 생산단위가 커서 전문적인 경영을 한다는 캘리포니아의 체란양계에 있어서도 동일한 지역에서 생산하는 업자들간에 제란 12개당 소득이 8~10센트(제란10개당 약 50~60원)의 차이가 있는 것이 비일비재함을 볼 수 있다. 이러한 차이는 A 생산자의 경우 수당 80센트의 수익을 보는 반면, B 생산자는 수당 80센트의 손실을 보고 있다는 현격한 경영상의 차이를 말해주고 있는 것이다. 지난 20년간에 걸쳐 계사구조, 설비, 계란취급방법, 컴퓨터이용 등등에 있어 현저한 변화와 발전을 가져왔음에도 불구하고 양계업자간에 커다란 소득차이가 있는 것은 경영, 관례상의 차이를 말해주고 있다.

최근 캘리포니아 양계업자 500명을 대상으로 조사한 바를 보면 상위 25%와 하위 25%에서 60주령까지의 산란이 수당 각각 201개, 166개로서 35개의 차이가 있음을 나타내었다 우리나라의 경우, 월간양계 '82년 4,5월호에 오봉국 교수께서 최근 양계경영현황에 대해 자세히 수록한 바 있거니와 1수당 1개의 제란을 더 생산하는 것이 소득신장에 얼마만한 영향을 미치는지 분석, 검토할 필요가 있다. 자신의 양계경영의 약점을 발견하고 조그마한 발전과 진보를 계속해 나가는 것이 중요하며 주의만 기울인다면 달성될 수 있는 것이다. 하찮은 세심한 일까지 주의를 기울이는 것이 소득증진에 가장 중요한 일이라는 것을 다시 상기할 필요가 있다.

4. 소비촉진

자주 거론되면서도 생산자의 입장에서 가장 어려운 과제가 아닌가 생각된다. 과거에도 누차 반복되어 재론되는 감이 없지 않지만 그만큼 중요한 일이기에 몇가지를 다시 들추어 보고자 한다.

1) **Check off system** : 이미 월간양계에 보도된 바와 같이 미국의 채란업계는 소비촉진 사업을 위해 check off 금액을 올리고 홍보, 교육활동을 확대하고 있다. 한가지 더 예를 들면 최근 캘리포니아의 육우 생산사업이 불경기에 있고 쇠고기의 소비가 점차 줄어들자 육우 생산업자들은 종전의 수당 25센트에서 무려 4 배인 1불로 check off 금액을 늘리는 주법을 통과시키고 약 600만불을 모아 「어쩐지 쇠고기처럼 좋은 고기는 없다」는 슬로건을 걸고 뉴스미디어, 잡지를 통한 대대적인 홍보, 소비자교육, 연구사업을 시도하고 있다.

이미 우리나라에서도 자주 거론된 바 있으나 아직 구체적으로 현실화시키지 못하는 이 check-off system 을 정부의 법적인 뒷받침 아래 하루속히 구체화하여 연구, 홍보, 교육에 장기적인 투자를 하여야 하겠다. 앞에서 기술한 바와 같이 계란의 유통, 판매가 협동조합을 통하거나 공동적인 조직을 통하여 이루어질 때 check-off system 의 시행은 어렵지 않을 것으로 판단된다. 아무리 아이디어가 좋더라도 말로만 가지고는 될 수 없고 소비촉진 사업을 실천에 옮기기 위해서는 자금의 뒷받침이 필요함은 말할 것도 없다.

2) 소비자 실태조사, 교육 및 홍보

그동안 닭고기에 대해서는 소비자의 기호성 조사가 여러번 있었으나 계란에 대한 소비자의 구매실태, 소비성향에 대해서 자세히 조사 보고된 것이 없는 것으로 보인다. 소비자는 자주 변한다. 경제적인 여건, 사회교육적인 여건이 달라짐에 따라 소비자의 소비성향은 민감하게 변동한다. 우리의 제품을 팔기 위해선 그것을 소비하는 소비자의 성향을 판단, 분석하고 요구하는 제품을 제때에 공급해 주어야 할 것이다. 과거에서부터 계란은 귀하고 좋은 음식으로 인식되어 왔고 막연하게나마 영양적으로 우수하다는 감각은 가지고 있으나 최근에는 각종 맛을 돋구는 식품들의 등장으로 뒤로 밀려나는 감이 없지 않으며 또 가격은 저렴한데도 과거의 귀한 음식이라는 전통관념이 그대로 남아 있어 많이 소비하지 못하는 경향이 있지 않나 추측된다. 이

「계란없는 아침은 아침이 아니다」의 표어를 통해 하루에 한개 이상씩 계란을 먹는 습관을 길러야 한다

것은 어디까지나 추측이고 정확한 소비자 분석을 위하여 도시, 농촌 또는 지역별로 소득 수준에 따라 여론조사 대상을 선정하고 설문지 또는 방문을 통하여 계란에 대한 인식구매, 조리, 개선요망 사항등 광범위하게 조사함으로써 이에 근거하여 소비를 증가시킬 수 있는 방안을 수집해야 할 것이다.

우리나라의 교육체제는 지식의 주입에 편중되어 있어 생활과 관련있는 몸의 건강, 영양, 급식등에 대해 구체적으로 가르치는 바가 적어 학교를 통해서 전전한 식품에 대한 어린이들의 올바른 태도를 기르기가 무척 어려운 실정이다. 따라서 현재로서는 주로 가정주부와 단체급식장소를 상대로 소비자교육이나 홍보활동을 하되 우선 계란과 우리의 건강 및 영양에 대한 정확한 정보와 조리방법을 실은 책자, 포스터, 팸플릿등을 널리 보급시켜야 할 것이다. 그동안 계산물 소비촉진을 위해 양계협회에서 몇가지 책자를 보급한 바 있으나, 적어도 양계협회내에는 식품조리실과 사진촬영시설, 그리고 각종 교육홍보자료실을 두어 보다 적극적이고 실제적인 소비촉진 및 홍보활동에 주력해야 할 것이다. 발간되는 인쇄물들은 대부분 1-2 또는 2-3 페이지의 짧은 것들로 하여 소비자가 읽는데 지루하지 않고 요점만을 조리있게 요약하여야 효과적이라 하겠다. 「계란 없는 아침은 아침이 아니다」라는 표어를 내세우고 하루에 한개씩 계란먹는 운동을 시도해 보자.

3) 계란의 급식방법

1988년의 올림픽을 중심으로 올림픽 식품이라는 용어가 대두되고 너도나도 그 대열에 참

여하러는 의도는 어느정도 이해가 가나 너무 지나치게 의미를 부여하는 것 같다. 그것보다는 기본적으로 계란을 좀더 맛있게 매일 먹을 수 있는 몇가지 방법을 생각해 보기로 하겠다. 계란은 서구인에겐 거의 매일 아침 상식적으로 (약 80%) 먹는 음식이다. 특히 여행 중에 있는 사람들에게는 계란, 소시지, 베이컨, 토우스트, 케이스트리는 거의 상식적인 메뉴이다. 계란의 조리법은 후라이, 스크램블링, 보일링의 세가지가 가장 보편적이거나 아이들에게나 어른들에게나 스크램블드애그가 가장 인기가 높고 조리하기도 간편하다. 우리나라에 있어 스크램블드 애그는 많이 알려져 있지 않은 편인데 계란 외에 밀크, 치즈, 햄, 소시지 고기 등과 조미료등을 함께 넣어 혼합조리하므로써 여러가지 맛을 내고 조직도 부드러워 누구나 즐길 수 있다. 또 한가지 파티음식으로나 가정에서 인기가 있는 것은 데블드애그 (deviled egg)로서 계란을 완숙하여 반으로 자른다음 난황을 빼내어 난황에 마요네스, 식초, 설탕, 파와 오이피클, 겨자 등을 섞은 다음 이것을 난황이 있던 자리에 채워넣은 것으로서 그냥 삶은 계란보다는 훨씬 기호성이 높다. 이외에도 월간양계 5월호에 게재된 계란말이나, 오므렛등도 매우 간편한 음식으로 권장된다. 강조하고자 하는 것은 어떤 신비스런 식품을 개발하기에 주력하기 보다는 계란은 쉽게 조리할 수 있고 조미료나 다른 재료를 가미하므로써 여러가지 맛을 낼수 있음에 착안하여 누구나 즐겨 먹을 수 있는 식품을 몇개 선정하여 적극적으로 보급, 권장하는 일

에 주력하여야 하겠다. 가정에서는 매일 똑같은 조리방법을 쓰지 말고 주기적으로 바뀌가므로써 아이들에게 흥미있는 급식을 하도록 홍보하는 것이 권장된다.

5. 앞으로의 전망

어느 업체나 장래의 목표가 있다. 일반적으로 「성장」을 목표로 내세우는 것이 보편적인데 「성장」은 여러가지 방법으로 성취될 수 있다. 과거에는 성장은 양적성장 즉 「더 많은 채란계, 더 많은 계란」을 의미하였으나 이제는 더 많은 채란계를 보유할 수 없게 되었다. 따라서 각 채란업자는 성장목표를 경영구조적, 생산적효율 (organizational and performance efficiency)의 성장으로 재조정하고 생산비의 절감, 생산효율증진, 경영구조의 합리화에 역점을 두어야 할 것이다. 앞으로도 가격의 등락은 계속될 것이며 손익의 주기적 변동이 계속될 것임은 불가피한 사실이다. 이 중에서 살아남기 위해서는 첫째, 자신의 채란경영을 분석하여 약점을 개선 보완하고, 둘째, 전전한 새로운 생산기술을 습득 적용하며, 셋째, 연중 일정한 계획을 세워 우선순위가 높은 것부터 차례차례 개선해 나가며, 넷째, 정확한 자금의 흐름을 관리 조정해야 할 것이다. 이와 아울러 협동조합, 양계협회를 통하여 수급조절, 유통, 판매체계의 개선, 소비촉진 등에 공동적인 노력을 기울이므로써 보다 높은 수익을 올리고 불황을 타개할 수 있는 businessman이 되기를 바란다.

빠르고 정확한

대한양계협회 발행 시세속보

구독문의 : 본회 지도조사부 ☎ (752) 3571~2